Н.В. Антонова

РАБОТА С ИДЕНТИЧНОСТЬЮ В КОНСУЛЬТИРОВАНИИ И КОУЧИНГЕ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматриваются проблемы консультирования и коучинга руководителей. Предлагается стратегия работы с идентичностью руководителей в процессе консультирования и коучинга, основанная на рефлексивно-смысловом подходе.

***Ключевые слова**: идентичность, «работа идентичности», статус идентичности, личностная идентичность, социальная идентичность, рефлексия, смыслотворчество, рефлексивно-смысловой подход в консультировании.*

В последнее время в обществе растет потребность в психологическом сопровождении деятельности организации. Это связано с тем, что усложняется социальный контекст существования организации, все большее значение приобретают психологические факторы успешности ее деятельности. Наиболее востребованы в организационном консультировании технологии развития персонала, формирования команды, повышения корпоративной культуры. Однако психологи, работающие с бизнесменами и руководителями, все чаще сталкиваются с более глубокими личностными проблемами, без решения которых невозможно эффективное изменение организационного поведения. Так, отмечается, что для руководителей характерны: размытость личных целей и ценностей, низкий уровень веры в себя и плохое знание себя в сочетании с авторитарным синдромом, ориентация на простые, быстрые и легкие решения [3]. Такие особенности личности неизбежно приводят к снижению эффективности деятельности руководителя.

В настоящее время психологу, работающему с менеджерами и бизнесменами, довольно редко напрямую приходится сталкиваться с глубинно-личностными проблемами. Чаще всего запросы у таких клиентов сугубо прагматичные – достижение успеха, построение карьеры, повышение прибыли, приобретение навыков, обеспечивающих достижение перечисленных целей. Консультирование и коучинг становятся все более «технологичными», ориентированными на быстрый эффект. Однако решение прагматичных проблем зачастую оказывается невозможным без выхода на более глубинные, личностные проблемы клиента, тормозящие процесс достижения им своей цели. Одной из таких проблем является проблема достижения идентичности – как личностной, так и социальной, и выстраивания оптимального баланса между ее компонентами.

Проблема идентичности актуализируется в условиях кризиса, когда человек сталкивается с проблемами различного характера – как чисто экономическими, так и психологическими. Переживание личных проблем всегда связано с изменениями единиц идентичности, актуализацией кризиса идентичности. Механизм этих изменений подробно рассмотрен в зарубежной психологии. Любая проблема, переживаемая человеком, включает «работу идентичности» [11], которая запускает процесс изменения элементов идентичности. Чем глобальнее проблема, тем более крупные изменения происходят в структуре идентичности. Так как идентичность имеет системное строение [8; 10], любое изменение ее элементов приводит к изменению структуры в целом. Значительные изменения в структуре идентичности могут стимулировать актуализацию кризиса идентичности [9; 12].

«Работа идентичности» обеспечивается механизмами рефлексии и смыслотворчества. Конструирование смыслов представля-

ет собой ряд качественных преобразований, отношений между субъектом и объектом переживания. «Я» стремится упорядочивать свои переживания, конструировать из них смысл. Смысл же является осевой структурой личностной идентичности. В теории эпигенетического развития Э. Эриксона, развитой впоследствии Дж. Марсиа [12], понятие смысла проистекает из контекста жизненной задачи, решаемой человеком на каждой стадии своего развития. Смысл в данном случае носит целостный и системный характер. В процессе решения задачи, на каждой стадии своего развития, человек сталкивается с необходимостью устанавливать смысловые связи между требованиями ситуации, прошлым опытом, целями и требованиями социального окружения. В результате разрешения кризиса формируется отношение человека к себе и социальному окружению. Динамический аспект смысла заключается в том, что опыт, полученный в результате разрешения кризиса на предыдущей стадии, обобщается в ходе решения жизненной задачи на более высоком уровне.

Однако включение процессов рефлексии и смыслотворчества возможно в случае наличия так называемой открытой идентичности [1]. Открытая идентичность обеспечивает возможность восприятия и поиска нового, его интеграции в существующие личностные структуры. Наличие закрытой идентичности у клиента затрудняет включение рефлексивных процессов, активизирует психологические защиты, является препятствием для самоизменения.

Таким образом, при проработке любой проблемы, даже достаточно поверхностной, необходимо учитывать статус идентичности клиента. Развивая статусную модель Дж. Марсиа, мы пришли к выделению четырех типов (статусов) идентичности на основе двух параметров измерения идентичности: сила-слабость идентичности и закрытость-открытость [1]. Соответственно выделяются: 1) *открытая сильная идентичность (достигнутая, в терминологии Дж. Марсиа)* – сложившееся в результате личностного выбора в ситуации кризиса идентичности представление о себе и своей жизни, которое может, однако, измениться при изменении ситуации; 2) *закрытая сильная идентичность (содержательно этот тип близок «преждевременной идентичности» Дж. Марсиа, который считал, что данный тип формируется путем некритичного принятия ценностей других людей, например, родителей или референтной группы)* – человек характеризуется раз и навсегда сложившимся, жестким, не меняющимся «образом *Я*», он не склонен изменяться даже при явных признаках дезадаптации; 3) *открытая слабая идентичность (по Дж. Марсиа – «мораторий», т.е. состояние личностных поисков и «отложенных» решений относительно себя и своей жизни)* – человек находится в активном поиске единиц идентичности и смысла происходящего; это путь конструктивного кризиса идентичности; 4) *закрытая слабая (диффузная) идентичность* – человек смутно ощущает, что что-то не так, но не видит перспектив для самоизменения. Это наиболее тяжелое состояние может сопровождаться депрессивными и другими негативными эмоциональными состояниями и ведет к деструктивному кризису.

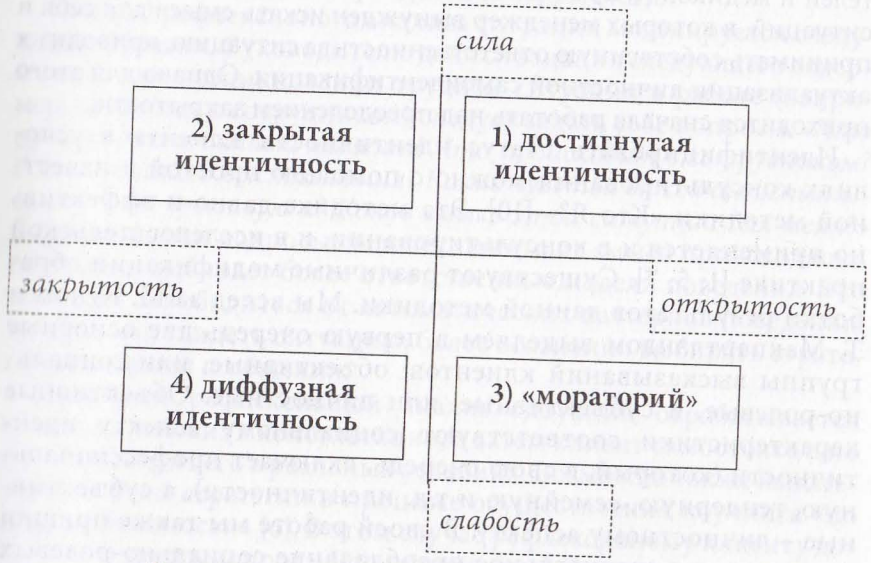

Рис. 1. Типы идентичности руководителей

Кроме статуса идентичности, важно также учитывать соотношение компонентов идентичности в общей ее структуре, а именно социального и личностного компонентов. Данные компоненты выделяются практически всеми исследователями идентичности [8; 9], однако их роль в функционировании личности оценивается по-разному. Социальная идентичность основана на идентификации себя как члена социальной группы,

личностная идентичность – на самоидентификации себя как уникальной личности и, таким образом, на дифференциации от других членов группы. Мы считаем, что процесс смыслотворчества и рефлексии стимулирует развитие именно личностного компонента идентичности.

Мы часто сталкиваемся с тем, что у руководителей доминирует закрытый тип идентичности с преобладанием социального компонента. Это связано, по-видимому, с профессиональной деформацией, когда руководитель воспринимает и определяет себя в первую очередь как специалиста, профессионала; личностная самоидентификация в этом случае отходит на второй план. Аналогичные процессы мы наблюдали при профессионализации учителей и медиков [1; 2]. Рефлексивный анализ трудных жизненных ситуаций, в которых менеджер вынужден искать смысл для себя и принимать собственную ответственность за ситуацию, приводит к актуализации личностной самоидентификации. Однако для этого приходится сначала работать над преодолением закрытости.

Идентифицировать статус идентичности клиента в условиях консультирования можно с помощью простой и известной методики «Кто Я?» [10]. Эта методика давно и эффективно применяется и в консультировании, и в исследовательской практике [1; 5; 7]. Существуют различные модификации обработки результатов данной методики. Мы вслед за М. Куном и Т. Макпартлэндом выделяем в первую очередь две основные группы высказываний клиентов: объективные, или социально-ролевые, и субъективные, или личностные. Объективные характеристики соответствуют социальному аспекту идентичности (который, в свою очередь, включает профессиональную, гендерную, семейную и т.д. идентичности), а субъективные – личностному аспекту. В своей работе мы также пришли к выводу, что значительное преобладание социально-ролевых характеристик в самоописаниях клиентов свидетельствует о наличии закрытого типа идентичности. Такой человек как бы отгораживает свой внутренний мир от окружающего мира и от себя самого социальными ролями. Это часто сопровождается появлением, обычно в самом конце текста, так называемых индикаторов кризиса («мне плохо», «я несчастная женщина»). Так происходит потому, что закрытый тип идентичности провоцирует развитие деструктивного кризиса идентичности, т.е. кризиса, не имеющего разрешения.

Мы пришли к выводу, что в консультативной работе с менеджерами можно использовать «рефлексивно-смысловой подход», предложенный А.Н. Елизаровым для семейного консультирования с целью формирования семейной идентичности [4]. Его суть состоит в стимулировании процессов рефлексии вокруг поиска смысла тех или иных внутрисемейных ситуаций. При работе с супружескими проблемами А.Н. Елизаров центральной задачей считает идентификацию с образом ответственного за судьбу семьи человека. Идентификация с этой предварительной позицией запускает процесс рефлексии над ситуацией, который должен привести к формированию личностной идентичности. Аналогичные процедуры можно разработать для руководителей с целью стимуляции развития личностной идентичности и преодоления закрытости.

Процесс рефлексивного анализа ситуации моделируется следующим образом. Руководителю даются задания следующего содержания: при возникновении трудной ситуации в работе (например, конфликт с сотрудником) следует задать себе вопросы: *«Что происходит в данный момент? Что происходит с сотрудником? В чем смысл его высказывания? Какие чувства он сейчас испытывает? Что чувствую я? Каков смысл этой ситуации для меня?»* Отвечая на эти вопросы, человек понимает смысл происходящего и затем выбирает более ответственные модели поведения. Это помогает освободиться от автоматических паттернов поведения, по-другому увидеть ситуацию, более осознанно выбирать стратегии поведения и общения.

Подобный рефлексивный анализ ситуаций отрабатывается сначала в условиях консультации, а затем клиент самостоятельно воспроизводит его в реальных условиях. Возможно также использование этой стратегии в процессе осуществления коучинга «по ходу деятельности» [6]. В этом случае рефлексивному клиенту достаточно задать вопрос: «Что происходит? Что я сейчас делаю?» – и запускается процесс смыслообразования и самоанализа.

Личностный и социальный аспекты идентичности развиваются не изолированно, а совместно и практически одновременно [8]. Каждая единица идентичности формируется как результат самоопределения в процессе решения какой-либо жизненной проблемы [12] и может иметь как социальное, так и личностное измерение, например:

Проблема: отношения с подчиненными (недовольства, конфликты).

Самоопределение в процессе решения проблемы: Какой я руководитель? Могу ли я быть руководителем? Как я должен действовать? Каким быть?

Работа идентичности: анализ проблемной ситуации, вычленение ее смысла для себя, рефлексия.

Результат – формирование единиц идентичности: «да, я могу быть руководителем, я руководитель» (социальный компонент – усиление идентификации с ролью); «я хороший, умный, заботливый, демократичный руководитель» (личностный компонент – слияние ролевых и личностных самоидентификаций).

Таким образом, в процессе рефлексивно-смыслового анализа проблемных ситуаций, возникающих в профессиональной деятельности менеджера, проявляются и углубляются единицы личностной идентичности. Кроме того, руководитель проясняет свои личные цели и ценности, что также способствует усилению идентичности. Человек с сильной личностной идентичностью более устойчив к воздействию различных критических ситуаций, т.к. имеет внутреннюю опору, более уверен в себе и способен принимать более обоснованные и продуманные решения.

В увлечении применением рефлексивных методик есть, однако, определенная опасность: «уход» клиента в рефлексию и самоанализ может привести к отрыву от реальных задач практики и профессиональной деятельности. Люди, у которых в текстах «Кто Я?» встречаются одни лишь субъективные характеристики и особенно «метафоры» («я – вселенная»), часто характеризуются окружающими как «чудаки» и проявляют признаки социальной дезадаптации. Необходимо соблюдать оптимальный баланс между социальным и личностным компонентами идентичности (по нашим наблюдениям, это примерно 1:2, что проявляется в тесте «Кто Я?» в соответствующем соотношении объективных и субъективных самоопределений). Этому способствует четкая постановка цели консультирования и следование ей в процессе проработки проблемы. В результате формируется целостная структура идентичности, являющаяся базой для дальнейшей самостоятельной проработки клиентом текущих жизненных проблем.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Антонова Н.В. Личностная идентичность современного педагога и особенности его общения// Вопросы психологии. 1997. № 6.
2. Антонова Н.В. Особенности идентичности студента медвуза //Современные проблемы образования в высшей медицинской школе. М., 1998.
3. Братченко С.Л., Клюева Н.В. Экзистенциальный ресурс современного российского бизнеса // Ярославский психологический вестник. 2002. Вып. 8.
4. Елизаров А.Н. Рефлексивно-смысловой подход к проблеме формирования идентичности в семье // Мир психологии. 2004. №2 (38).
5. Иванова Н.Л. Психологическая структура социальной идентичности: Дис. ... д-ра психол. наук. Ярославль, 2003.
6. О'Нил М. Б. Коучинг руководителя: твердость и открытость. Системный подход и привлечение руководителей к решению их проблем. М., 2005.
7. Румянцева Т.В. Трансформация идентичности студентов медицинского вуза в меняющихся социальных условиях: Дис. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2005.
8. Breakwell G.M. Coping with threatened identities. L., N.Y., Mithuen, 1986.
9. Erickson E.H. Identity. Youth and crisis. L.: Faber & Faber, 1968.
10. Kuhn M., McPartland T. An empirical investigation of self-attitudes // American Sociological Review. 1954. V.19. № 1.
11. Fogelson R.D. Person, self and identity. Some anthropological retrospects, circumspects and prospects //Psychosocial theories of the self / Ed. by B.Lee. N.Y.; L., 1982.
12. Marcia J. E. Identity in Adolescence// Handbook of adolescent psychology. N.Y. 1980.